

Paweł Nowak

DWIE DEKADY CYFRYZACJI TELEWIZJI NAZIEMNEJ W POLSCE

STRESZCZENIE

Pierwsze działania zmierzające do wprowadzenia naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce podjęto jeszcze w dwudziestym wieku. Obecnie polski widz ma do dyspozycji cztery bezpłatne multipleksy ogólnopolskie, jeden płatny i kilka bezpłatnych o zasięgu lokalnym. Niektórzy nadawcy naziemni oferują również multimedialne, hybrydowe serwisy dodatkowe. Ponadto w 2020 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji poinformowała o dalszych działaniach mających na celu zmianę systemu nadawania telewizji naziemnej na bardziej zaawansowany DVB-T2. Zdaniem autora, jest to dobry moment na wstępne podsumowanie dotychczasowych efektów cyfryzacji telewizji naziemnej w Polsce, a także podjęcie dyskusji o możliwych przyszłościowych rozwiązaniach. Artykuł opiera się na dwu metodach badawczych. Studium przypadku pozwoliło przedstawić aktualny stan rynku telewizji naziemnej w Polsce oraz planowane dalsze kroki w tym obszarze. Natomiast analiza źródeł zastanych umożliwiła krótki przegląd opinii medioznawców na temat zmian w obrębie rynku naziemnej telewizji cyfrowej w minionych latach. Należy zaznaczyć, że rozważania prowadzono zgodnie z perspektywą medialno-materialistyczną opisaną przez Denisa McQuaila, która eksponuje między innymi technologiczne aspekty mediów w komunikowaniu masowym.

Słowa kluczowe: DVB-T, naziemna telewizja cyfrowa, telewizja hybrydowa, cyfryzacja

SUMMARY

Two Decades of Digital Switchover in Poland

The first steps to introduce Digital Terrestrial Television in Poland were undertaken in the twentieth century. Currently, Polish viewers can use four free nationwide multiplexes, one paid and several free local multiplexes. Some broadcasters also offer HbbTV add-on services. In 2020 the National Broadcasting Council announced plans to change the terrestrial television broadcasting system to a more advanced DVB-T2. According to the author,

this is a good time to initially summarise the effects of the digitalisation of terrestrial television in Poland, as well as to open a discussion about possible future solutions. The article is based mainly on two research methods. The case study presented the current state of the terrestrial television market in Poland and the planned further steps in this regard. On the other hand, the analysis of existing sources made it possible to briefly review the opinions of media experts on the changes in the digital terrestrial television market in recent years. It should be noted that the considerations were conducted in accordance with the media-materialistic perspective described by Denis McQuail, which emphasises, among other things, the technological aspects of the media in mass communication.

Keywords: DVB-T2, digital television, HbbTV, digitalisation

WPROWADZENIE

Statystyczny Polak w 2020 roku oglądał kanały telewizji linearnej średnio każdego dnia przez 4 godziny, 20 minut i 58 sekund (Kurdupski 2021). Tym samym rok do roku odnotowany został wzrost o niemal pięć minut (*Informacja o podstawowych...* 2020). W 2019 roku w odbiornik telewizyjny wyposażonych było ponad 97 proc. gospodarstw domowych, 35,2 proc. widzów jako podstawowe źródło sygnału telewizji linearnej wskazało naziemną telewizję cyfrową. To pokazuje, że tradycyjna telewizja jest nadal istotnym medium na polskim rynku. Mimo tego multipleksy oraz sam proces cyfryzacji nie znajdują zbyt wiele miejsca w publikacjach naukowych. Najczęściej są one tematem opracowań specjalistycznych i komercyjnych. Konwersja cyfrowa telewizji naziemnej w Polsce, podobnie jak w innych krajach europejskich, stworzyła – przynajmniej w teorii – nowe, obiecujące możliwości dla nadawców telewizyjnych i producentów treści audiowizualnych (Oswald, Bailey 2016). Jednakże należy zadać pytanie, czy wykorzystują je oni w wystarczającym stopniu. Ponadto od rozpoczęcia procesu cyfryzacji w Polsce upłynęło ponad dwadzieścia lat, co można uznać za moment właściwy do wstępnego podsumowania.

Media oraz ich konsumpcja cały czas znajdują się w ciągłym procesie zmian. Modyfikacje i zmiany sposobów dystrybucji treści, a przykładem takiego działania jest cyfryzacja, zawsze skutkują rozwojem mediów. Tradycyjna, linearna telewizja ogólnodostępna trafiła dzięki konwersji cyfrowej do nowego środowiska, gdzie nowa technologia sprawiła, że musi konkurować już nie tylko z innymi nadawcami ale także z nowymi dostawcami i producentami treści (Chmielewska, Zawiślińska 2020).

KRÓTKI RYS HISTORYCZNY NAZIEMNEJ TELEWIZJI CYFROWEJ W POLSCE

Trudno jednoznacznie wskazać moment, w którym rozpoczął się proces cyfryzacji telewizji naziemnej w Polsce. Odnotować należy co najmniej kilka faktów historycznych, które mogą być uznawane za początek konwersji cyfrowej w odniesieniu do emisji telewizji prowadzonej drogą naziemną. W maju 1997 roku podpisano z inicjatywy Telewizji Polskiej S.A. *Porozumienie w sprawie telewizji cyfrowej w Polsce – Polskie Forum DVB*. Stronami porozumienia byli między innymi Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Ministerstwo Łączności, Państwowa Agencja Radiokomunikacyjna, nadawcy telewizyjni, Telekomunikacja Polska S.A., a także producenci sprzętu wykorzystywanego przez stacje telewizyjne (Skrzypczak 2011). Podpisany dokument miał „służyć wymianie informacji technicznych, uzgodnieniom zasad wprowadzania cyfryzacji, podziałowi zadań poszczególnych podmiotów rynku audiowizualnego i wspólnej koordynacji działań” (Wielopolska-Szymura 2015).

9 listopada 2001 roku uruchomiono pierwszy w Polsce testowy multipleks. Nadajnik zlokalizowany w Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie należał do spółki Emitel. Emisja próbna obejmowała sygnał czterech głównych nadawców w Polsce czyli TVP1, TVP2, Polsat i TVN (Łódzki 2016). Warto zauważyć, że od rozpoczęcia pierwszej emisji testowej do wprowadzenia stałej emisji naziemnej

telewizji cyfrowej w Polsce upłynęło ponad dziewięć lat¹. Jak podkreśla w jednej ze swoich publikacji Tomasz Mielczarek, początki cyfryzacji w Polsce trafiły na bardzo niekorzystny okres w dziejach rodzimego rynku audiowizualnego, ponieważ był to czas wybuchu i rozwoju tak zwanej *Afery Rywina*, która na wiele miesięcy skutecznie odsunęła na dalszy plan między innymi wszystkie prace legislacyjne dotyczące konwersji cyfrowej (Mielczarek 2014).

Kolejna ważna data w historii naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce to 4 maja 2005 roku – wtedy Rada Ministrów przyjęła *Strategię przejścia z techniki analogowej na cyfrową w zakresie telewizji naziemnej* (*Strategia przejścia...* 2005). W treści dokumentu zaznaczono, że konwersja cyfrowa ma chronić interes publiczny i stymulować wzrost rodzimej produkcji audiowizualnej. Ponadto zdaniem autorów cyfryzacja miała doprowadzić do upowszechnienia dostępu do bogatej oferty programowej dla tych odbiorców, którzy nie korzystają z telewizji kablowej i satelitarnej. Wśród założeń *Strategii* znalazła się także realizacja „Strategii informatyzacji Rzeczypospolitej Polskiej na lata 2004–2006”.

Formalnym początkiem cyfryzacji w Polsce była publikacja 27 lutego 2009 roku w „Monitorze Polskim” ogłoszenia przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji dotyczącego konkursu na koncesje na rozpowszechnianie programów cyfrowych w ramach pierwszego multipleksu. Konkurs ten był przeznaczony dla nadawców komercyjnych, którzy wówczas rozpowszechniali swoje programy za pośrednictwem co najmniej siedmiu nadajników pracujących w systemie analogowym (*Ogłoszenie Przewodniczącego...* 2009). Takie sformułowanie warunków konkursu miało umożliwić w przyszłości odtworzenie w formie cyfrowej całej oferty nadawców, która dotąd była emitowana w analogowej telewizji naziemnej. Moment publikacji wspomnianego ogłoszenia jest najczęściej uznawany za oficjalny początek konwersji cyfrowej w Polsce, gdyż był to element konieczny do zainicjowania całego procesu na rynku medialnym.

¹ Szerzej o historii cyfryzacji telewizji naziemnej w Polsce można przeczytać w: Nowak 2018.

Należy ponadto zaznaczyć, że cały proces cyfryzacji w Polsce był bardzo opóźniony w stosunku chociażby do pozostałych krajów Unii Europejskiej. W dodatku, już przystępując do jego realizacji, resorty państwowe oraz organy regulacyjne, w wyniku błędów formalnych, doprowadziły do rocznego opóźnienia. Przeoczono istotne przepisy prawa, zgodnie z którymi wybór operatora multipleksu pierwszego (MUX-1) nie mógł zostać przeprowadzony w zaplanowanym terminie, gdyż w jego skład miały wchodzić kanały dostarczane zarówno przez Telewizję Polską S.A. jak i nadawców komercyjnych. To spowodowało, że wyboru operatora należało dokonać w drodze przetargu, gdyż wymagała tego obecność TVP S.A. w całym procesie – czyli spółki Skarbu Państwa (Skrzypczak 2011).

PIERWSZA CZĘŚĆ CYFRYZACJI W POLSCE

Jak już wspomniano, właściwy proces konwersji nadawania naziemnego rozpoczął się z rocznym opóźnieniem w stosunku do planu, czyli w 2010 roku. Wtedy uruchomione zostały pierwsze nadajniki multipleksu drugiego (MUX-2). Łącznie pierwszą część cyfryzacji podzielono na trzynaście etapów, z których ostatni zakończył się 23 lipca 2013 roku. Jednocześnie należy podkreślić, że pozwoliło to dotrzymać terminu zapisanego jako koniec tej części procesu w opisywanej powyżej *Strategii...* z 2005 roku. W wyniku tych działań utworzone zostały trzy multipleksy, które swoim zasięgiem obejmują blisko 99% populacji Polski. Widzowie w miejsce dotychczasowych siedmiu kanałów telewizyjnych zyskali dostęp do 23 niekodowanych kanałów, z których dwa emitowane były w standardzie HD. Warto zaznaczyć, że jeden z multipleksów o największym zasięgu technicznym (MUX-3) został przeznaczony do wyłącznego użytku Telewizji Polskiej S.A. W poniższej tabeli przedstawiono zawartość trzech pierwszych multipleksów naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce po zakończeniu pierwszej części konwersji – według ich stanu w lipcu 2013 roku.

Tabela 1. Zawartość ogólnopolskich multipleksów telewizyjki naziemnej w lipcu 2013 roku

LCN	Nazwa kanału	Nadawca
MUX-1		
1	TVP 1 HD	TVP S.A.
2	TVP 2	TVP S.A.
12	Eska TV	ZPR
13	TTV	Grupa TVN
14	Polo TV	ZPR
15	ATM Rozrywka	ATM Grupa
20	TVP Info	TVP S.A.
MUX-2		
4	Polsat	Telewizja Polsat
5	TVN	Grupa TVN
6	TV4	Telewizja Polsat
7	TV Puls	Telewizja Puls
8	TVN 7	Grupa TVN
9	Puls 2	Telewizja Puls
10	TV6	Telewizja Polsat
11	Polsat Sport News	Telewizja Polsat
MUX-3		
1	TVP 1	TVP S.A.
2	TVP 2 HD	TVP S.A.
3	TVP 3	TVP S.A.
16	TVP Kultura	TVP S.A.
17	TVP Historia	TVP S.A.
18	TVP Polonia	TVP S.A.
19	TVP Rozrywka	TVP S.A.
30	TVP Info	TVP S.A.

Źródło: opracowanie własne.

STAN OBECNY (I KWARTAŁ 2021)

Po zakończeniu wszystkich procesów koncesyjnych związanych z konwersją cyfrową w Polsce oraz wprowadzeniu kolejnego multipleksu ogólnopolskiego oferta dla widzów uległa rozszerzeniu. Obecnie (w pierwszym kwartale 2021 roku) odbiorcy telewizji naziemnej w Polsce mają przede wszystkim dostęp do czterech multipleksów ogólnopolskich, jednego multipleksu kodowanego oraz kilku multipleksów o zasięgu lokalnym. Oferta niekodowanych kanałów linearnych dostępnych w naziemnej telewizji cyfrowej na terenie całego kraju obejmuje 28 stacji. Jak wspomniano, w zależności od regionu liczba ta może być większa, ponieważ multipleksy lokalne udostępniają także sygnały komercyjnych nadawców o zasięgu lokalnym i regionalnym. W poniższej tabeli przedstawiono skład wszystkich ogólnopolskich, ogólnodostępnych multipleksów naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce w pierwszym kwartale 2021 roku. Kanały 89–99 to serwisy telewizji hybrydowej (HbbTV). Kanał TVP Kultura 2 jest kanałem linearnym.

Tabela 2. Zawartość ogólnopolskich multipleksów telewizji naziemnej w styczniu 2021 roku

LCN	Nazwa kanału	Nadawca	LCN	Nazwa kanału	Nadawca
MUX-1			MUX-2		
12	Eska TV	ZPR/Telewizja Polsat	4	Polsat	Telewizja Polsat
13	TTV	Stavka sp. z o.o./ Grupa TVN	5	TVN	TVN Grupa Discovery
14	Polo TV	ZPR/Telewizja Polsat	6	TV4	Telewizja Polsat
15	ATM Rozrywka	ATM Grupa	7	TV Puls	Telewizja Puls
16	TV Trwam	Fundacja „Lux Veritatis”	8	TVN 7	TVN Grupa Discovery
17	Stopklatka	Stopklatka S.A.	9	Puls 2	Telewizja Puls
18	Fokus TV	ZPR/Telewizja Polsat	10	TV6	Telewizja Polsat
29	TVP ABC	Telewizja Polska S.A.	11	Super Polsat	Telewizja Polsat

LCN	Nazwa kanału	Nadawca	LCN	Nazwa kanału	Nadawca
MUX-3			MUX-8		
1	TVP 1 HD	Telewizja Polska S.A.	30	TVP Kultura HD	Telewizja Polska S.A.
2	TVP 2 HD	Telewizja Polska S.A.	37	TVP Rozrywka	Telewizja Polska S.A.
3	TVP 3	Telewizja Polska S.A.	38	Metro	TVN Grupa Discovery
31	TVP Historia	Telewizja Polska S.A.	39	Zoom TV	Kino Polska TV S.A.
32	TVP Sport HD	Telewizja Polska S.A.	40	Nowa TV	ZPR/Telewizja Polska
34	TVP Info HD	Telewizja Polska S.A.	41	WP	Wirtualna Polska Holding
			89	Legia TV	Legia Warszawa
			92	TVP Eszkoła	Telewizja Polska S.A.
			93	TVP Eszkoła	Telewizja Polska S.A.
			94	TVP Kultura 2	Telewizja Polska S.A.
			99	EmiTV	Emitel S.A.

Źródło: opracowanie własne.

Ósmy ogólnopolski multipleks (MUX-8) miał być „nowym otwarciem” i ponownie wzbudzić zainteresowanie widzów telewizją naziemną. Z jednej strony taki efekt miały spowodować nowe kanały i nowi nadawcy, z drugiej istotną część oferty MUX-8 miały stanowić serwisy interaktywne w postaci telewizji hybrydowej i tak zwanych kanałów wirtualnych, które są dostępne po podłączeniu odbiornika telewizyjnego lub dekodera naziemnej telewizji cyfrowej (STB) do sieci Internet. Jednakże należy podkreślić, że główne problemy z MUX-8 początkowo wynikały z różnic technicznych w jego funkcjonowaniu. Przypomnijmy, że sygnał multipleksu ósmego jest nadawany w innym paśmie (VHF) niż pozostałe multipleksy w Polsce. Badanie Nielsen Audience Measurement przeprowadzone w styczniu 2017 roku wykazało, że sygnał tego pakietu programów docierał jedynie do 13% populacji Polski (Kozielski 2017).

SŁABE STRONY CYFRYZACJI

Zmiana sposobu emisji telewizji naziemnej z analogowego na cyfrowy, co jest w pełni zrozumiałe, była rewolucją. Jednakże całego procesu nie można ocenić w pełni pozytywnie, gdyż poza niewątpliwymi zaletami dla odbiorców mediów pozostało również co najmniej kilka niezrealizowanych założeń. Opisywana powyżej *Strategia przejścia z techniki analogowej na cyfrową w zakresie telewizji naziemnej*, przyjęta przez Radę Ministrów 4 maja 2005 roku, podkreślała między innymi, że „Polska stoi u progu ery informacyjnej” (*Strategia przejścia...* 2005). Co więcej, autorzy dokumentu stwierdzili, że to właśnie konwergencja telewizji, radiofonii, informatyki telekomunikacji jest podstawą społeczeństwa informacyjnego, a „domowy odbiornik radiowo-telewizyjny stanie się bramą do przestrzeni cyfrowej dostępnej dla wszystkich” (*Strategia przejścia...* 2005). Niestety, pomimo długoletniego procesu zmian nadal nie można uznać, że naziemna telewizja cyfrowa w Polsce oferuje odbiorcom usługi społeczeństwa informacyjnego bądź obywatelskiego. W pierwszym kwartale 2021 roku praktycznie jedynym przejawem tego rodzaju usług w telewizji naziemnej jest obecność niektórych elementów *Regionalnego Systemu Ostrzegania* działających w kanałach Telewizji Polskiej S.A. Wyraźnie widoczny jest brak konsekwencji i koncepcji w udostępnianiu usług tego typu, zwłaszcza jeśli weźmiemy pod uwagę chociażby rozwijane usługi elektroniczne z zakresu administracji publicznej, które są dostępne dla obywateli.

Innym przykładem słabej strony cyfryzacji w Polsce jest w opinii autora mało atrakcyjna oferta programowa. Oczywiście częściowo jest to także efekt procesów koncesyjnych, które w określony sposób definiowały zawartość kanałów rozpowszechnianych w emisji naziemnej. Jeśli przeanalizujemy dokładniej ofertę naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce, to poza głównymi kanałami dużych nadawców, jak TVP, TVN czy Polsat, w większości przypadków składa się ona z treści pochodzących z głównych anten poszczególnych stacji. Uwagę na tę kwestię skierowała między innymi Ewa Jaska. Nowy multiplex

ósmym, nie przyciągnął wielu odbiorców właśnie z powodu mało atrakcyjnych treści, które często są powtórkami treści z archiwów (Jaska 2018).

MUX-8 poza mało rozbudowaną ofertą programową, a także początkowymi problemami z zasięgiem, ma jeszcze co najmniej dwie inne słabe strony. Pierwsza z nich to brak – przynajmniej początkowo – szerokiej kampanii informacyjnej związanej z wprowadzaniem nowego multipleksu. Inaczej niż miało to miejsce na pierwszym etapie konwersji, w tym przypadku, pomimo że jest to multipleks ogólnopolski, nie został on wypromowany tak jak pierwsze trzy. Dopiero po około dwóch latach od uruchomienia pierwszych nadajników w ramach MUX-8 wprowadzono pierwszą kampanię informacyjną, która była efektem współpracy firmy Emitel – operatora multipleksu – i niektórych nadawców rozpowszechniających swoje programy w tym pakiecie (Okopień 2018). Bardziej intensywne działania promocyjne, edukacyjne i informacyjne związane z ofertą tego multipleksu przeprowadzono w marcu 2019 roku, kiedy skład programowy multipleksu wzbogaciły kanały TVP Sport HD i TVP Rozrywka (Bochyńska 2019).

Druga słaba strona MUX-8 to niewykorzystanie potencjału, który miał być główną zaletą i jednym z powodów uruchomienia tego multipleksu – bogata oferta telewizji hybrydowej, serwisów interaktywnych i kanałów wirtualnych. Obecnie (pierwszy kwartał 2021) w multipleksie ósmym dostępne są jedynie treści internetowe od trzech dostawców – Telewizji Polskiej S.A., Emitel oraz klubu piłkarskiego Legia Warszawa. We wszystkich przypadkach są to usługi realizowane w oparciu o telewizję hybrydową. Należy zaznaczyć, że portal telewizji hybrydowej TVP jest udostępniany przy wszystkich kanałach linearnych tego nadawcy w emisji naziemnej (MUX-1, MUX-3 i MUX-8). Nowością jest jednak wprowadzenie w multipleksie ósmym kanałów wirtualnych TVP Kultura 2 i Domowe Przedszkole/Eszkola². Drugim serwisem oferującym treści multimedialne w MUX-8 jest EmiTV należący do operatora multipleksu

2 Okresowo uruchamiane są także dodatkowe kanały wirtualne TVP S.A. Przy okazji emisji projektu „Szkoła z TVP” w pierwszym kwartale 2020 roku treści

– firmy Emitel. Udostępnia on możliwość odbioru pakietu stacji radiowych Polskiego Radia oraz wybranych nadawców komercyjnych. Ponadto użytkownik może przejrzeć przewodnik programowy wszystkich nadawców dostępnych w ramach naziemnej telewizji cyfrowej i sprawdzić prognozę pogody. Trzeci serwis to aplikacja klubu piłkarskiego Legia Warszawa, która udostępnia transmisje meczów sparingowych i wywiady z zawodnikami (Bochyńska 2018).

Kolejną szansą na zainteresowanie odbiorców telewizji naziemnej usługą telewizji hybrydowej będzie zmiana systemu nadawania na DVB-T2. Jak wynika z badań, już w 2019 roku ponad 62% gospodarstw domowych w Polsce posiadało odbiorniki zgodne z nowym standardem emisji, a co za tym idzie – z najnowszymi wersjami HbbTV. To szczególnie ważne w kontekście całego wachlarza możliwości, które telewizja hybrydowa stwarza nie tylko dla nadawców telewizyjnych, ale także dla producentów treści audiowizualnych, którzy mogą rozpowszechniać kontent w ramach HbbTV. Należy jednak zaznaczyć, że nadawcy powinni myśleć o platformach hybrydowych raczej jak o uzupełnieniu swojej oferty, ekosystemu, a nie jako o docelowym rozwiązaniu. Do takich wniosków prowadzą wyniki pierwszych projektów badawczych, które analizowały efekty przenoszenia działalności mediów tradycyjnych tylko do trybu online czy platform HbbTV połączonego jednocześnie z likwidacją ich obecności w przestrzeni *offline* (Thurman 2020). Chociaż, jak zwraca uwagę Stanisław Jędrzejewski, „współczesne media znajdują się pod silną presją procesu konwergencji technologicznej, który pogłębia się wraz z upowszechnianiem się cyfryzacji” (Jędrzejewski 2020, s. 239). Wszyscy nadawcy kanałów linearnych powinni zaakceptować to, że brak bardziej odważnego wykorzystywania nowych kanałów dystrybucji, takich jak HbbTV, spowoduje, że ich oferta może się stać niszowa (Nowakowska 2020).

O tym, jak ważną usługą dla odbiorców jest telewizja hybrydowa, świadczą między innymi różnorodne projekty oparte na tym sposobie dystrybucji treści. Jednym z nich jest EasyTV realizowany

w Hiszpanii w ramach unijnego programu „Horizon 2020” (Uribe i in. 2019). Zadaniem EasyTV jest umożliwienie odbioru treści multimedialnych, między innymi poprzez telewizję hybrydową, osobom niepełnosprawnym. Opracowano na przykład mechanizm automatycznego powiększania twarzy postaci występujących w materiałach audiowizualnych specjalnie dla osób słabowidzących czy też funkcję pozwalającą na automatyczne opisywanie scen prezentowanych na ekranie dla osób niewidomych. Co więcej, system EasyTV potrafi przekazywać treści w języku migowym także w sposób automatyczny za pośrednictwem specjalnego awatara wyświetlanego na ekranie odbiornika telewizyjnego lub zsynchronizowanego z nim urządzenia mobilnego (ang. *second screen*) (*Helping Europeans with disabilities...*). Projekt przewiduje możliwość łatwego przygotowywania treści wejściowych przez nadawców telewizyjnych lub producentów materiałów audiowizualnych w sposób efektywny ekonomicznie. Cała technologia jest rozwijana w modelu *Open Source*.

NAJBLIŻSZA PRZYSZŁOŚĆ TELEWIZJI NAZIEMNEJ W POLSCE

Do końca czerwca 2022 roku ulegnie w Polsce zmianie sposób nadawania naziemnej telewizji cyfrowej. Standard DVB-T zostanie zastąpiony nowszym – DVB-T2. Oznacza to, że odbiorcy otrzymają jeszcze lepszą jakość obrazu oraz większą liczbę dostępnych kanałów telewizyjnych. Należy zaznaczyć, że standard DVB-T2 pozwala na jeszcze bardziej efektywne wykorzystywanie widma radiowego, a co za tym idzie, wprowadza możliwość emisji większej liczby kanałów w wysokiej rozdzielczości. Jest to również bardziej przyjazne środowisko dla telewizji hybrydowej.

Aby dokonać zmiany systemu nadawania, Polska musiała najpierw przeprowadzić tak zwany refarming (*UKE zakończył monitorowanie...*). Jest to proces polegający na uporządkowaniu podziału kanałów w widmie radiowym według rodzajów usług i operatorów, których

dotyczą. Innymi słowy, takie działanie było konieczne, aby w całej Unii Europejskiej można było wprowadzić rozwiązania technologiczne związane z siecią 5G. Dzięki temu w zakresie częstotliwości określanych mianem „pasma 700 MHz”, które do tej pory wykorzystywano na potrzeby naziemnej telewizji cyfrowej, możliwe będzie świadczenie usług szerokopasmowego dostępu do sieci Internet (Graczyk 2019). Obowiązek dokonania takich zmian wynikał z decyzji Parlamentu Europejskiego oraz Rady Unii Europejskiej (Decyzja wykonawcza Komisji...).

PODSUMOWANIE – PRÓBA PROGNOZY

Należy podkreślić, że rewolucja związana z wprowadzeniem naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce miała niewątpliwie swoje pozytywne efekty. Wśród nich można wymienić chociażby znaczącą poprawę zasięgu, a co za tym idzie dostępu do kanałów głównych nadawców telewizji w Polsce, których programy w systemie analogowym nie docierały do wszystkich mieszkańców. Obecnie sygnał czterech ogólnopolskich multipleksów pokrywa swoim zasięgiem blisko 99 proc. populacji Polski. Widzowie w miejsce dotychczasowych 6 lub 7 kanałów otrzymali dostęp do ponad 28 kanałów telewizyjnych bez dodatkowych opłat. Ponadto już teraz pięć kanałów jest nadawanych w wysokiej rozdzielczości (HD).

Konwersja cyfrowa i zmiana systemu nadawania telewizji na DVB-T wprowadziła także usługi dodatkowe dla odbiorców. Najistotniejsze z nich to elektroniczny przewodnik po programach (EPG – ang. Electronic Programme Guide) (Skrzypczak 2011, s. 58; Electronic Programme Guide...; Fischer 2006, s. 50), wybór wersji językowej programu, audiodeskrypcja (AD – ang. Audio Description) (Szymańska, Strzymiński 2010; Chmiel, Mazur 2014; Ofcom’s Code...), a także telewizja hybrydowa (HbbTV – ang. Hybrid Broadcast Broadband TV) (Zdzikot 2015; Zalewski i in. 2013).

Jednak jak wspomniano powyżej, dwie dekady cyfryzacji w Polsce mają również swoje słabe strony. Pierwsza z nich to omówiona wcześniej mało atrakcyjna oferta programowa. Poza odtworzeniem oferty analogowej w systemie cyfrowym widzowie zyskali wiele kanałów, także zupełnie nowych, które stworzono właśnie z myślą o konwersji cyfrowej. Ale w przeważającej większości nadawcy kanałów, które wzbogaciły ofertę naziemną, nie inwestują dużych środków w emitowany контент. Zdaniem ekspertów konieczne jest wprowadzanie nowych, przyciągających uwagę widzów treści. Audycje archiwalne, stanowiące obecnie dużą część repertuaru mniejszych stacji naziemnych, odbiorcy mogą znaleźć w serwisach internetowych i VOD poszczególnych nadawców.

Drugą słabą stroną cyfryzacji, która stała się widoczna zwłaszcza w kontekście rozwoju usług mobilnych, a także modernizacji serwisów internetowych administracji publicznej, jest praktyczny brak usług z zakresu społeczeństwa obywatelskiego/informacyjnego w systemie naziemnej telewizji cyfrowej. Należy zaznaczyć, że zostały one umieszczone w planach i strategiach rozwoju emisji naziemnej przygotowywanych przez podmioty rządowe. Obecnie jedynym elementem tego typu usług w sygnale naziemnym jest Regionalny System Ostrzegania, który jest udostępniany w kanałach linearnych TVP we współpracy z Ministerstwem Spraw Wewnętrznych i Administracji. Odbiorcy telewizji naziemnej mają dostęp do informacji z systemu poprzez napisy ekranowe, teletekst i telewizję hybrydową TVP (Sprawozdanie abonamentowe 2019).

Kolejny niedoceniany przez nadawców element multipleksów to funkcja telewizji hybrydowej (HbbTV). W pierwszym kwartale 2021 roku nadal najbardziej rozbudowaną i stale aktualizowaną ofertę w ramach telewizji hybrydowej w Polsce oferuje Telewizja Polska S.A. W aplikacji nadawcy publicznego użytkownicy mogą znaleźć pełną ofertę serwisu VOD (bez treści płatnych dodatkowo), kanały linearne oddziału regionalnych TVP, kanał TVP Info, TVP Kultura 2, TVP Polonia, a także kanały wirtualne uruchamiane okazjonalnie. Pozostali nadawcy w telewizji naziemnej praktycznie nie rozwijają telewizji hybrydowej i swoje działania ograniczają

najczęściej do oferowania rozszerzonego przewodnika po programach, autopromocji lub promocji płatnej usług i produktów podmiotów zewnętrznych.

Takie działania nadawców komercyjnych powinny budzić wątpliwości, zwłaszcza jeśli spojrzymy na dynamiczny rozwój telewizji hybrydowej w Europie, a także na informacje o rosnącej popularności tego kanału dystrybucji treści w Polsce. W sprawozdaniu abonamentowym za rok 2018 Telewizja Polska S.A. podkreśliła między innymi, że już wtedy z telewizji hybrydowej nadawcy publicznego korzystało średnio ponad dwa miliony użytkowników miesięcznie (Sprawozdanie abonamentowe 2018). W maju 2020 roku po uruchomieniu nowej wersji aplikacji telewizji hybrydowej TVP zapowiedziała, że będzie rozwijać usługi dostępne w ramach naziemnej telewizji cyfrowej oraz że będą one bezpłatne (*Nowa odsłona platformy...*).

Zmiany, które obserwujemy na rynku telewizyjnym po konwersji cyfrowej, wymagają od nadawców ciągłej adaptacji i poszukiwania nowych sposobów na przyciągnięcie widzów. Mamy do czynienia przede wszystkim z dalszym podziałem i rozdrabnianiem oferty programowej, chociaż w przypadku telewizji naziemnej przynajmniej na razie liczba kanałów jest mniejsza niż w emisji satelitarnej czy internetowej. Odbiorcy zyskali większy wybór niż w erze analogowej, ale także zaistniało więcej bodźców – chociażby w postaci telewizji hybrydowej, która może być oferowana nie tylko przez tradycyjnych nadawców telewizyjnych (Chmielewska, Zawiślińska 2020). Ewa Jaska zwraca uwagę, że coraz częściej widzowie programów telewizyjnych podchodzą do nich w sposób wybiórczy. Rośnie grono odbiorców, których nie zadowala telewizja linearna, lecz serwisy VOD i OTT. Nadawcy muszą odpowiadać na takie podejście użytkowników i oferować nowe, łatwe w użyciu sposoby dostępu do prezentowanych treści (García Leiva 2020). Należy zaznaczyć, że nadal polski widz najchętniej wybiera filmy i seriale i ogląda je w sposób kompulsywny, który nie jest cechą charakterystyczną kanałów linearnych (Jaska 2020). Co więcej, właśnie wspomniana powyżej, niedoceniana jeszcze wśród polskich nadawców telewizja hybrydowa może być takim nowym kanałem dystrybucji treści.

Wprowadzenie naziemnej telewizji cyfrowej związane było z korzyściami zarówno dla widzów, jak i nadawców. Doprowadziło do innowacji i rozwoju mediów (Iosifidis 2006). Pamiętajmy, że jak podkreśla Petros Iosifidis, cyfryzacja spowodowała również, że telewizja stała się bardziej dostępna (Iosifidis 2012). Zwłaszcza dla osób, które wcześniej nie korzystały z telewizji satelitarnej czy kablowej. Teraz jest ona powszechnie dostępna i bezpłatna. Jednakże, jak wykazano powyżej, pomimo że proces ten w Polsce rozpoczęto ponad dwie dekady temu, nadal nie są wykorzystywane wszystkie zalety i możliwości oferowane przez ten kanał dystrybucji.

BIBLIOGRAFIA

POZYCJE KSIĄŻKOWE

- Chmiel A., Mazur I. (2014), *Audiodeskrypcja*, Poznań: Wydział Anglistyki UAM.
- Fischer B. (2006), hasło: *elektroniczny przewodnik po programach*, [w:] W. Pisarek (red.), *Słownik terminologii medialnej*, Kraków: Universitas.
- Jędrzejewski S. (2020), *Silne media publiczne. To już przeszłość?*, [w:] A. Hess, W. Świerczyńska-Głownia (red.), *Nie bądźmy obojętni: człowiek, społeczeństwo, polityka: prace ofiarowane prof. dr hab. Teresie Sasińskiej-Klas (223–243)*, Kraków: Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, <https://media.uj.edu.pl/ksiegi-jubileuszowe> (dostęp: 20.12.2020).
- Łódzki B. (2016), *Television markets in the age of digitalisation and development of new technologies – The case of DVB-T in Germany and Poland*, [w:] K. Konarska, A. Szynol (red.), *Media and Journalism in the Digital Era* (55–66), Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.

- Nowak P. (2020), *Projekt „Szkoła z TVP”: analiza wstępna*, [w:] K. Marcinkiewicz, P. Nowak, D. Popielec, M. Wilk (red.), *Koronawirus wyzwaniem współczesnego społeczeństwa: media i komunikacja społeczna* (67–85), Kraków: Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Wrocław: Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej.
- Nowakowska M. (2020), *Kompendium produkcji filmu fabularnego. Dystrybucja: Pola eksploatacji i monetyzacja*, Warszawa: Cineo Publishing.
- Skrzypczak J. (2011), *Polityka medialna w okresie konwersji cyfrowej radiofonii i telewizji*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.
- Wielopolska-Szymura M. (2015), *Techniczne aspekty cyfryzacji radia i telewizji w Polsce*, [w:] Z. Oniszcuk (red.), *Systemy medialne w dobie cyfryzacji: kierunki i skala przemian* (107–108), Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.

ARTYKUŁY W CZASOPISMACH

- Chmielewska A., Zawiślińska I. (2020), *Zmiany zachowań konsumentów na rynku telewizyjnym – współoglądalność tv i internetu*, *Nauki Ekonomiczne*, 31, 37–51, DOI: 10.19251/ne/2020.31(2).
- García Leiva M.T. (2020), *VoD platforms and prominence: a European regulatory approach*, *Media International Australia*, DOI: 10.1177/1329878X20967456.
- Iosifidis P. (2006), *Digital switchover in Europe*, *International Communication Gazette*, 68(3), 249–268.
- Iosifidis P. (2012), *Mapping digital media: digital television, the public interest, and European regulation* (17), New York, USA: Open Society Foundations.
- Jaska E. (2018), *Podstawowe instrumentarium konkurencji bezpośredniej na rynku telewizyjnym*, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 509, 134–145.

- Jaska E. (2020), *Zainteresowanie polskiego widza nowymi sposobami odbioru programu telewizyjnego*, *Studia i Perspektywy Medioznawcze*, 2, 115–126.
- Kozielski M. (2017), *Naziemny problem*, *Press*, 3/2017, 10.
- Mielczarek T. (2014), *Cyfrowa transformacja telewizji w Polsce*, *Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy*, 6 (17), 195–217.
- Nowak P. (2018), *Multipleksy – nowe (ale czy wykorzystane?) możliwości*, *Zeszyty Prasoznawcze*, 61 (3), 404–428.
- Oswald K.F., Bailey W.R. (2016), *Restarting Static: Television's Digital Reboot*, *Television & New Media*, 17 (1), 62–79, DOI: 10.1177/1527476415581383.
- Thurman N. (2020), *When a TV channel reinvents itself online: Post-broadcast consumption and content change at BBC Three*, *Convergence*, DOI: 10.1177/1354856520967773.
- Thurman N., Fletcher R. (2020), *Effects of a Magazine's Move to Online-only: Post-print Audience Attention and Readership Retention Revisited*, *Journalism Practice*, 14 (10), 1225–1243, DOI: 10.1080/17512786.2019.1685903.
- Uribe S., Belmonte A., Moreno F., Llorente Á., López J.P., Álvarez F. (2019), *New access services in HbbTV based on a deep learning approach for media content analysis*, *Artificial Intelligence for Engineering Design, Analysis and Manufacturing*, Cambridge University Press, 33 (4), 399–415, DOI: 10.1017/S0890060419000350.
- Zdzikot T. (2015), *Status prawny telewizji hybrydowej na gruncie przepisów ustawy o radiofonii i telewizji*, *Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny*, 4 (7), 19–28, DOI: 10.7172/2299-5749.IKAR.7.4.2.

AKTY PRAWNE, DOKUMENTY URZĘDOWE

Decyzja wykonawcza Komisji (UE) 2016/687 z dnia 28 kwietnia

2016 r. w sprawie harmonizacji zakresu częstotliwości 694–790 MHz na potrzeby systemów naziemnych zapewniających bezprzewodowe szerokopasmowe usługi łączności elektronicznej oraz na potrzeby elastycznego użytkowania na poziomie krajowym w Unii (notyfikowana jako dokument nr C(2016) 2268), Dz.U. L 118 z 4.05.2016, 4–15, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2016.118.01.0004.01.POL (dostęp: 20.12.2020).

Electronic Programme Guide (EPG), Protocol for a TV Guide using electronic data transmission, REN/JTC-TTEXT-EPG-R1, ETSI EN 300 707 V1.2.1 (2003-04), https://www.etsi.org/deliver/etsi_en/300700_300799/300707/01.02.01_60/en_300707v010201p.pdf (dostęp: 20.12.2020).

Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2019 roku, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, maj 2020 r., http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr-i-inf-2019/informacja-o-podstawowych-problemach-radiofonii-i-telewizji-w-2019-r.pdf (dostęp: 20.12.2020).

Międzyresortowy Zespół do Spraw Wprowadzenia Telewizji i Radiofonii Cyfrowej w Polsce (2005), *Strategia przejścia z techniki analogowej na cyfrową w zakresie telewizji naziemnej. Przyjęta przez Radę Ministrów w dniu 4 maja 2005 r.*, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/radiofonia%20i%20telewizja%20cyfrowa/cyfr_strategia.pdf (dostęp: 1.03.2017).

Ofcom's Code on Television Access Services, Ofcom, https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0035/179954/tv-access-services-code.pdf (dostęp: 15.09.2020).

Ogłoszenie Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 3 lutego 2009 r. o możliwości uzyskania koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego, Monitor Polski, <http://www.monitorpolski.gov.pl/MP/2009/s/12/153> (dostęp: 1.03.2017).

Sprawozdanie abonamentowe TVP za 2019 r., Telewizja Polska S.A., <https://centruminformacji.tvp.pl/47756280/sprawozdanie-abonamentowe-tvp-za-2019-r> (dostęp: 20.12.2020).

Sprawozdanie abonamentowe TVP za 2018 r., Telewizja Polska S.A., <https://centruminformacji.tvp.pl/41761209/sprawozdanie-abonamentowe-tvp-za-2018-r> (dostęp: 20.12.2020).

Zalewski K. i in. (2013), *Telewizja hybrydowa: szanse, zagrożenia i wyzwania regulacyjne*, Analiza Biura KRRiT nr 4/2013.

ŹRÓDŁA INTERNETOWE

Bochyńska N. (2018), *Emitel uruchomił telewizję hybrydową dla kibiców Legii Warszawa*, Wirtualne Media, <https://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/emitel-telewizja-hybrydowa-legia-warszawa-mux-8-jak-odbierac> (dostęp: 20.12.2020).

Bochyńska N. (2019), *Rusza kampania Emitela i TVP promująca kanały MUX-8. W spotach Dariusz Szpakowski*, Wirtualne Media, <https://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/emitel-i-tvp-promuja-mux-8-lista-kanalow-reklama-dariusz-szpakowski> (dostęp: 20.12.2020).

Graczyk K. (2019), *Krajowy Plan Działań zmiany przeznaczenia pasma 700 MHz w Polsce*, Ministerstwo Cyfryzacji, <https://www.gov.pl/web/cyfryzacja/aktualizacja-krajowego-planu-dzialan-zmiany-przeznaczenia-pasma-700-mhz-w-polsce> (dostęp: 20.12.2020).

- Helping Europeans with disabilities access media content more easily*,
CORDIS | European Commission, <https://cordis.europa.eu/article/id/411718-helping-europeans-with-disabilities-access-media-content-more-easily> (dostęp: 20.12.2020).
- Kurdupski M. (2021), *W 2020 roku wzrósł czas oglądania telewizji o 5 minut. Wydatki reklamowe spadły o 3 proc.*, Wirtualne Media, <https://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/ogladalnosc-telewizji-2020-rok-najpopularniejsze-stacje-programy-reklama> (dostęp: 10.01.2021).
- Nowa odsłona platformy hybrydowej TVP*, Telewizja Polska S.A., <https://centruminformacji.tvp.pl/47982872/nowa-odslona-platformy-hybrydowej-tvp> (dostęp: 20.12.2020).
- Okopień P. (2018), *Gorąca wiosna w telewizji – Super HD, TVP 4K, TVP Sport HD i promocja MUX-8*, iMagazine, <https://imagazine.pl/2018/05/01/goraca-wiosna-w-telewizji-super-hd-tvp-4k-tvp-sport-hd-i-promocja-mux-8/> (dostęp: 20.12.2020).
- Szymańska B., Strzymiński T. (2010), *Standardy tworzenia audiodeskrypcji do produkcji audiowizualnych*, Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów, https://nimoz.pl/files//articles/147/Szymanska_Strzyminski_standardy_audiowizualne_29_9_2010.pdf (dostęp: 15.09.2020).
- UKE zakończył monitorowanie procesu uwalniania częstotliwości dla 5G*, Urząd Komunikacji Elektronicznej, <https://uke.gov.pl/akt/uke-zakonczy-l-monitorowanie-procesu-uwalniania-czestotliwosci-dla-5g,327.html> (dostęp: 20.12.2020).